

Секция «Возможности и горизонты России в условиях новой политической реальности»

Информационная стратегия России в условиях современных геополитических вызовов

Научный руководитель – Ляховенко Олег Игоревич

Лучинин Иван Сергеевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: iv.luchinin@gmail.com

Информационная стратегия – это совокупность мер, направленных на управление информационными потоками и процессами в государстве, а также на достижение определенных целей в области информационной политики[1]. Основой информационной стратегии является формирование общественного мнения как внутри страны², так и за рубежом, а также создание положительного имиджа страны и продвижение ее интересов[3].

На сегодняшний день в Российской Федерации существует проблема продвижения информационной стратегии в связи с новыми геополитическими вызовами. Прежде всего это связано со следующими факторами:

- Отсутствие идеологии, которую можно было бы экспортировать за рубеж
- Запрет на вещание отечественных СМИ - RT и Sputnik[4]
- Дискредитация государственных СМИ на территории России и зарубежья[5]
- Отсутствие отечественных международных площадок - Блокировка каналов на площадках подконтрольные недружественным странам[6]
- Цензурирование популярных новых медиа прозападными модераторами, что не позволяет формировать пророссийское общественное мнение[7]
- С началом СВО эти проблемы лишь усугубились, так как противостояние с коллективным западом вышло на новый виток эскалации и методы предпринятые против отечественных СМИ (а следовательно и против информационной стратегии России) стали более репрессивными.

Цели и задачи решения проблематики продвижения информационной стратегии России в новых условиях:

1. Разработка стратегии позиционирования России, который будет возможно как экспортировать за рубеж, так и транслировать на внутреннюю аудиторию
2. Поиск способов беспрепятственного транслирования точки зрения России за рубежом
3. Выявление популярных каналов коммуникации и тематик для каждой целевой аудитории
4. Создание релевантных инфоповодов для захвата повестки
5. Выявление и решение причин отторжения российских медиа у общества как внутри страны, так и за рубежом

Ориентируясь на поставленные цели и задачи предлагаются следующие способы решения:

1. Привлечение зарубежной аудитории на интернет площадки подконтрольные России
2. Обеление репутации Российских СМИ
3. Создание сетки ресурсов - от пророссийских политических партий и депутатов до общественных организаций занимающихся социальной проблематикой
4. Оформление идеологии, которую будет возможно экспортировать за рубеж

5. Создание высококачественного контента, такого как фильмы, музыка и другие культурные продукты, созданные для привлечения внимания и интереса к российской культуре и истории

6. Разработка программ по борьбе с дезинформацией

7. Написание комплексной информационной стратегии включающей в себя всю медиа деятельность

8. Подчеркивание и акцентуация количественного и качественного вклада наших соотечественников в мировую культуру и науку

Заключение: Предложенные идеи и технологии должны помочь справиться с новыми геополитическими вызовами. Ведь главные из способностей необходимых для успешной информационной стратегии – это способность адаптироваться к меняющимся медиаландшафтам и способность эффективно доносить свои идеи до мирового сообщества.

Источники и литература

- 1) Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы».
- 2) Рябова А.Л. Общественное мнение и международные отношения // Terra Linguistica. 2015. №1 (215).
- 3) Швецова М.Г. Роль СМИ в конструировании образа страны // Проблемы истории, филологии, культуры. 2012. №3 (37).
- 4) РИА Новости: <https://ria.ru/20220302/sputnik-1776054330.html>.
- 5) ВЦИОМ: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-smi-v-rossii>.
- 6) РИА Новости: <https://ria.ru/20220323/blokirovka-1779627792.html>.
- 7) Аймалова Ю.А. YouTube как канал влияния на общественное мнение // Вестник науки. 2022. №3 (48).